

Análisis de los servicios 'a la carta' de las televisiones autonómicas españolas

Laura Anton¹ y Javier Guallar²

¹ ORCID [0000-0001-8615-5932](https://orcid.org/0000-0001-8615-5932). Betevé, Barcelona, España.
lauraansa@gmail.com

² ORCID [0000-0002-8601-3990](https://orcid.org/0000-0002-8601-3990). Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona, Centre de recerca en Informació, Comunicació i Cultura CRICC, Barcelona, España.
jguallar@gmail.com

Resumen. Se estudian los archivos audiovisuales en internet de las televisiones autonómicas españolas, en base a veintiséis indicadores agrupados en cinco apartados (aspectos generales, contenido, sistema de consulta, página de resultados y características del audiovisual). Se analizan las doce televisiones autonómicas pertenecientes a la FORTA y se comparan los resultados actuales con los recogidos en 2012 en un trabajo anterior de los autores. Como principales conclusiones, se puede señalar que los servicios 'a la carta' de las televisiones autonómicas españolas aún tienen un nivel de desarrollo medio, ya que de los 58 puntos que las televisiones pueden alcanzar en el total de indicadores, las cadenas analizadas consiguen entre 27 y 38 puntos. Entre sus puntos débiles, se puede destacar que se limitan a ofrecer una búsqueda simple, sin opciones de filtros ni de gestión de los resultados. Estas carencias se han convertido en un problema enquistado de estos servicios, ya que hace siete años las televisiones analizadas presentaban estos mismos puntos débiles y solo en un caso se ha observado una mejora.

Palabras clave: Televisión; Documentación audiovisual; Archivos audiovisuales; Archivos de televisión; Servicios

Abstract. We study the audiovisual archives on the Internet of Spanish autonomous a la carte televisions, based on twenty-six indicators grouped into five sections (general aspects, content, query system, results page and audiovisual characteristics). The twelve regional televisions belonging to the FORTA are analyzed and the current results are compared with those collected in 2012 in a previous work by the authors. As main conclusions, it can be pointed out that the 'a la carte' services of the Spanish autonomous televisions still have a medium level of development, since of the 58 points that the televisions can reach in the total of indicators, the analyzed archives get between 27 and 38 points. Among its weaknesses, it can be noted that they simply offer a simple search, without filter options or results management. These deficiencies have become a cyclical problem of 'a la carte services': seven years ago the televisions analyzed presented these same weaknesses and only in one case an improvement has been observed.

Keywords: Television; Audiovisual documentation; Audiovisual archives; Television archives; A la carte services.

1 **Introducción**

La presente comunicación estudia los sistemas de acceso a la información audiovisual que ofrecen las televisiones en sus sitios web, concretamente, las características de los servicios ‘a la carta’ de las televisiones autonómicas españolas. Los datos obtenidos en la actualidad se comparan con los obtenidos en un estudio anterior de los autores (Anton y Guallar, 2014).

2 **Antecedentes**

La presente comunicación se inscribe en la especialidad de la documentación audiovisual, un campo de estudio académico de particular y notable dinamismo en España, en correspondencia a la importancia de esta actividad profesional en las empresas televisivas (Caldera-Serrano y Arranz-Escacha, 2012; Giménez-Rayó, 2012; Hidalgo Goyanes, 2013; López-de Quintana-Sáenz, 2014). Dentro del amplio repertorio de trabajos publicados sobre documentación en televisión, esta investigación guarda más relación con aquellos que se centran en analizar diversas televisiones en su conjunto; como los dedicados a centros de documentación de televisiones (Giménez-Rayó y Guallar, 2014; Inarejos y Guallar, 2015), a sus páginas web (Díaz-Campo, 2014), y especialmente, a los dedicados al objeto de estudio de esta comunicación, los archivos de las televisiones en internet (Anton y Guallar, 2014; De Mon y Guallar, 2014).

Por otra parte, la metodología de investigación evaluativa empleada en este trabajo en base a una serie de indicadores a los que se asigna una puntuación, tiene varios precedentes, aplicados en diversos contextos y temáticas, como por ejemplo: sitios web en general (Pedraza, Codina y Guallar, 2016); portales de archivos (Perpinyà Morera y Cid-Leal, 2018); hemerotecas de prensa (Guallar, Abadal y Codina, 2012), bases de datos de prensa (Linares, Codina, Abadal y Guallar, 2016); webs de televisiones (Díaz Campo, 2014); software de archivos audiovisuales (Cascón-Katchadourian, Ruiz-Rodríguez y Alberich-Pascual, 2018); y, como señalábamos antes, archivos de televisiones en internet (Anton y Guallar, 2014; De Mon y Guallar, 2014). Todos estos referentes se han tenido en cuenta para la confección de la presente propuesta.

3 **Objetivos**

El objetivo principal de la presente comunicación es analizar y evaluar las características de los servicios ‘a la carta’ de las televisiones autonómicas españolas, y comparar los datos recogidos con los obtenidos en el año 2012 y publicados en 2014. Concretamente, se establecen cuatro objetivos específicos:

- Actualizar el método de evaluación propuesto en el año 2012 en función de las novedades y los cambios tecnológicos observados en los últimos años.

- Ampliar la muestra estudiada para obtener una visión más amplia del panorama.
- Detectar puntos fuertes y carencias de los archivos estudiados y compararlos con los resultados obtenidos en la evaluación de 2012.
- Obtener una visión global de la evolución de los servicios ‘a la carta’ en 7 años.

La evaluación debe permitir conocer aspectos como la tipología de contenidos que ofrecen, la cobertura temporal, el grado de actualización, las prestaciones del sistema de consulta y las características de cada documento audiovisual.

4 Metodología

Para responder a estos objetivos se realiza un estudio de investigación de orientación evaluativa sobre una muestra de las televisiones autonómicas pertenecientes a la FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos). En nuestro estudio anterior se seleccionaron las seis televisiones de la Federación con mayor audiencia en internet según la clasificación de OJD entonces:

- Televisió de Catalunya <https://www.ccma.cat/tv3/>
- Canal Sur <http://www.canalsur.es/>
- À Punt <https://apuntmedia.es/>
- Televisión de Galicia <http://www.crtvg.es/>
- Euskal Irrati Telebista <https://www.eitb.eus/>
- Telemadrid <http://www.telemadrid.es/>

El caso de la televisión valenciana es particular. En el anterior trabajo se analizó Canal 9, por entonces la televisión de la comunidad. En noviembre de 2013 cesaron sus emisiones y la cadena cerró y en abril de 2018 nació À Punt, una televisión nueva pero a la vez heredera de Canal 9. Este aspecto se ha tenido en cuenta en la comparativa con los datos obtenidos en 2012.

Con el objetivo de aumentar la muestra y así obtener una visión más global, en este trabajo se analizan también las seis televisiones autonómicas restantes pertenecientes a la FORTA:

- Aragón Televisión <http://www.aragontelevision.es/>
- Televisión del Principado de Asturias <https://www.rtpa.es/television>
- Televisión Canaria <http://www.rtv.es/television/>
- Televisión de la Región de Murcia <http://7tvregiondemurcia.es/>
- Castilla-La Mancha Media <http://www.cmmedia.es/>
- IB3 <https://ib3.org/televio>

El análisis de los servicios a la carta de las televisiones se ha llevado a cabo entre los meses de marzo y junio de 2019 siguiendo la propuesta metodológica de evaluación que se detalla en el siguiente apartado.

5 Sistema de análisis de los servicios de Televisión a la carta

Para evaluar las características de los servicios ‘a la carta’, se han fijado una serie de indicadores agrupados en cinco grandes epígrafes: aspectos generales, contenido, sistema de consulta, página de resultados y características del audiovisual.

Para los indicadores se ha establecido un sistema de puntuación: 0 (inexistencia), 1 (nivel bajo), 2 (nivel medio) y 3 (nivel alto), si bien este sistema no se aplica de forma estricta en todos los casos: algunos indicadores se puntúan del 0 al 2 y en otros casos son binarios (0-1), cuando el aspecto analizado no permite establecer una gradación, señalando entonces su ausencia o presencia. Además, se han incluido dos indicadores únicamente informativos que no tienen asignada una puntuación.

Los indicadores establecidos se basan mayoritariamente en nuestro anterior trabajo (Anton y Guallar, 2014), que sirve de referencia principal al presente, con algunos cambios, que se detallan a continuación:

- Se han añadido dos indicadores procedentes de un trabajo posterior (De Mon Martín y Guallar, 2014). Se trata concretamente de los indicadores de Publicidad y Calidad del visionado. En este último caso, De Mon Martín y Guallar establecían una puntuación de 0 a 2 y se ha considerado conveniente reducir este rango, así que se asignará una puntuación de 0 a 1.
- Se han modificado dos indicadores procedentes de nuestro estudio anterior, aplicando un cambio en la puntuación. Se trata de los indicadores relativos al Lenguaje de interrogación y las Opciones de visionado. Este aspecto se ha tenido en cuenta en la comparativa con los datos del estudio anterior.
- Se han añadido dos indicadores nuevos a la propuesta: Servicios personalizados y Televisión en directo, que recogen algunos de los cambios observados en los últimos años en las televisiones en internet.

A continuación se define cada uno de los 26 indicadores de análisis propuestos, especificando el sistema de puntuación aplicado en cada caso:

A. ASPECTOS GENERALES	
Indicador	Descripción
A1. Denominación	Término o conjunto de términos empleados por cada televisión para nombrar su archivo audiovisual en línea. La denominación debe ser comprensible e inequívoca para cualquier usuario que visite el sitio web de la televisión. Este indicador es únicamente informativo y, por este motivo, no tiene asignada una puntuación.
A2. Ubicación	Localización del acceso al servicio ‘a la carta’ en la página inicial del sitio web de la televisión. Puntuación:

	3. Ubicación en el menú principal. 2. Ubicación en menús secundarios. 1. Ubicación en apartados menos visibles. 0. No presencia en la página inicial del web.
A3. Información del archivo audiovisual	Información general sobre la cobertura y características generales, tecnología empleada... Puntuación: 3. Información exhaustiva sobre el contenido y el funcionamiento. 2. Información básica sobre el contenido y funcionamiento. 1. Información mínima sobre el contenido. 0. No se proporciona ningún tipo de información.
A4. Coste	Acceso gratuito o de pago al servicio 'a la carta'. Este indicador es únicamente informativo y, por este motivo, no tiene asignada una puntuación.
A5. Servicios personalizados	Posibilidad de registrarse y de crear un perfil de usuario para obtener servicios personalizados. 1. Permite crear un perfil de usuario para obtener servicios personalizados. 0. Sin posibilidad de crear un perfil de usuario.
B. CONTENIDO	
Indicador	Descripción
B1. Géneros	Géneros televisivos que cubre el servicio 'a la carta'. Para este indicador se establecerán los siguientes grandes grupos: informativos, deportes, programas divulgativos y de actualidad, programas de entretenimiento, programas musicales, programas infantiles y ficción. Puntuación: 3. Todos o gran parte de los géneros emitidos. 2. Informativos, deportes y programas de actualidad. 1. Únicamente informativos.
B2. Origen	Tipo de producción (propia, ajena o coproducción) de los contenidos ofrecidos en línea. Puntuación: 3. Tres tipos de producción. 2. Producción propia y coproducciones. 1. Producción propia.
B3. Cobertura temporal	Alcance temporal que cubre el servicio 'a la carta'. Puntuación: 3. Se ofrece en línea la totalidad del archivo. 2. Se ofrece una cobertura temporal superior a 5 años, aunque no sea completa. 1. Se ofrece una cobertura temporal inferior a 5 años.
B4. Actualización	Tiempo transcurrido entre la emisión del contenido y su disponibilidad en línea. Puntuación: 3. Contenidos disponibles en línea el mismo día de emisión. 2. Contenidos disponibles en línea el día posterior a la emisión.

	1. Contenidos disponibles en línea dos o tres días posteriores a la emisión de los contenidos.
B5. Televisión en directo	Posibilidad de acceder a la emisión en directo de los diferentes canales de la cadena de televisión. Puntuación: 1. Televisión en directo. 0. Sin televisión en directo.
B6. Publicidad	Inclusión de anuncios durante el visionado. Puntuación: 2. Sin anuncios. 1. Con anuncios que se pueden saltar. 0. Con anuncios que se han de visualizar obligatoriamente.
C. SISTEMA DE CONSULTA	
Indicador	Descripción
C1. Tipos de consulta	Opciones de búsqueda que ofrece el servicio ‘a la carta’. Puntuación: 3. Búsqueda simple, avanzada y profesional. 2. Búsqueda simple y avanzada. 1. Únicamente búsqueda simple. 0. No se ofrece búsqueda por palabra clave.
C2. Lenguaje de interrogación	Posibilidad de realizar búsquedas utilizando operadores booleanos, de proximidad, frases literales, truncamiento, enmascaramiento... Puntuación: 3. Sistemas que admiten más de tres operadores. 2. Sistemas que admiten tres operadores. 1. Sistemas que admiten uno o dos operadores. 0. Sistemas que no admiten lenguaje de interrogación.
C3. Recuperación por navegación	Posibilidad de acceder a los documentos mediante la navegación alfabética, por fecha de emisión, por categorías o por rankings (los más vistos, destacados...) Puntuación: 3. Más de tres índices y rankings. 2. Dos o tres índices y rankings. 1. Un único índice o ranking. 0. Ningún índice o ranking.
C4. Opciones de limitación o filtro	Posibilidad de restringir la búsqueda por fecha de emisión, programa, género televisivo ... Puntuación: 3. Sistemas que ofrecen tres o más opciones de limitación. 2. Sistemas que disponen de dos tipos de limitación. 1. Sistemas que únicamente permiten un tipo de limitación. 0. Sistemas sin ningún tipo de limitación.
C5. Ayuda	Existencia de textos explicativos sobre el funcionamiento del sistema y la realización de las búsquedas. Puntuación: 1. Existencia de ayuda. 0. Inexistencia de ayuda.

D. PÁGINA DE RESULTADOS	
Indicador	Descripción
D1. Gestión de los resultados	<p>Posibilidad de establecer el número de registros por página y el criterio de ordenación de los resultados (fecha de emisión, relevancia...).</p> <p>Puntuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Gestión completa de los registros. 2. Posibilidad de modificar únicamente el criterio de ordenación. 1. Posibilidad de modificar únicamente el número de registros por página. 0. Imposibilidad de gestionar los registros.
D2. Campos visualizados de cada registro	<p>Número de campos que se muestran de cada registro en la página de resultados.</p> <p>Puntuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Se muestran los campos básicos (título, programa y fecha de emisión), una breve sinopsis y un <i>frame</i> del contenido audiovisual. 2. Se muestran entre tres y cuatro campos o se ofrecen más, pero falta algún campo básico. 1. Se muestran dos o menos campos.
D3. Agrupación de los resultados por categorías	<p>Presentación de los resultados clasificados por categorías (informativos, deportes, entretenimiento, infantil...).</p> <p>Puntuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agrupación de los resultados por categorías. 0. Listado de resultados sin ninguna agrupación.
D4. Identificación de los términos de búsqueda	<p>Aparición destacada de los términos buscados, de manera que el usuario pueda localizarlos rápidamente en cada resultado.</p> <p>Puntuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Términos de búsqueda resaltados. 0. Términos de búsqueda sin resaltar.
E. CARACTERÍSTICAS DEL AUDIOVISUAL	
Indicador	Descripción
E1. Información básica	<p>Se considera información básica del audiovisual, todo aquello que permite identificarlo: título y/o número de capítulo, programa, fecha de emisión y duración.</p> <p>Puntuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Se muestra la información básica al completo. 2. Se muestra el título, el programa y la fecha de emisión. 1. Se muestra el programa y la fecha de emisión.
E2. Descripción del contenido	<p>Conjunto de informaciones que permiten conocer el contenido del audiovisual: sinopsis, transcripción del audio y etiquetas.</p> <p>Puntuación:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Tiene los tres elementos.

	1. Tiene uno o dos elementos. 0. No se incluye descripción del contenido.
E3. Opciones de visionado	Opciones que ofrece el sistema para visionar el contenido audiovisual (pantalla completa, cambio de reproductor, subtítulo...). Puntuación: 3. Sistemas que ofrecen todas las opciones mencionadas. 2. Sistemas que ofrecen dos opciones de visionado. 1. Sistemas que sólo permiten pantalla completa.
E4. Calidad del visionado	Opción de visionado de vídeo en varios formatos o en alta calidad (HD). Puntuación: 1. Permite elegir la calidad de visionado. 0. No tiene ninguna opción.
E5. Opciones de gestión del vídeo	Posibilidad de marcar el vídeo como favorito, comentarlo, votarlo, suscribirse (RSS o <i>Podcast</i>), enviarlo por correo electrónico, compartirlo en redes sociales, insertarlo en una página web ... Puntuación: 3. Se ofrecen todas las opciones mencionadas. 2. Se ofrece un menor número de opciones. 1. Sólo se permite compartir el contenido en redes sociales. 0. No se permite gestionar el vídeo.
E6. Vídeos y páginas relacionadas	Posibilidad de recuperar vídeos relacionados y de acceder a la página web específica del programa al que pertenece el contenido. Puntuación: 3. Sistemas que enlazan el vídeo con la web del programa y permiten recuperar contenidos relacionados temáticamente. 2. Sistemas que enlazan el vídeo con la web del programa y permiten recuperar otros vídeos del mismo programa. 1. Sistemas que únicamente enlazan el vídeo con la web del programa u ofrecen contenidos relacionados. 0. Sistemas que no establecen ningún tipo de relación entre contenidos.

6 Resultados

A continuación se presentan los resultados del análisis de las 12 televisiones que integran la muestra agrupados según los indicadores detallados en el apartado anterior.

A. Aspectos generales

A1. Denominación

El término ‘a la carta’ es el usado de manera unánime por once de las doce televisiones de la muestra. Únicamente la Televisión Canaria utiliza otra denominación: ‘Multimedia’. Cabe destacar el caso de la Televisión de Murcia, que utiliza dos términos distintos para designar sus contenidos audiovisuales en línea: ‘a la carta’ para contenidos actuales (2015-) y ‘archivo’ para emisiones anteriores (2009-2015).

A2. Ubicación

Las televisiones cada vez dan más importancia a los contenidos audiovisuales en línea y prueba de ello es que sitúan el acceso a los servicios ‘a la carta’ en el menú principal de su sitio web. La Televisión Canaria es la única que sitúa el acceso en un menú secundario bajo la pestaña relativa a la sección de televisión, ya que se trata del sitio web de la corporación. Independientemente de ofrecer un acceso en el menú principal o secundario, la mayoría de las televisiones dedican un apartado de la página inicial de la cadena al servicio ‘a la carta’ donde acostumbran a aparecer los últimos contenidos disponibles en línea.

A3. Información del archivo audiovisual

Éste es uno de los puntos más débiles de las televisiones analizadas, ya que sólo dos de ellas ofrecen alguna información sobre el servicio ‘a la carta’. En el caso de la Televisión de Murcia, esta información está situada en la cabecera de la página del ‘archivo’. La explicación es mínima pero muy útil ya que la cadena usa dos denominaciones distintas (‘a la carta’ y ‘archivo’) y esta información permite al usuario conocer qué contenidos encontrará en cada sección. TVC proporciona también una información muy básica pero no es fácil para el telespectador encontrarla, ya que no está ubicada en las páginas del servicio ‘a la carta’. Si el usuario quiere conocer el funcionamiento y las características del archivo, debe dirigirse al apartado de atención a la audiencia.

A4. Coste

En ningún caso el acceso al archivo en línea requiere pago. La gratuidad del servicio permite justificar su misión como televisiones autonómicas públicas y ampliar la difusión de los contenidos y, por tanto, la audiencia.

A5. Servicios personalizados

Tres de las doce televisiones analizadas ofrecen a los usuarios la posibilidad de crear un perfil de usuario y obtener servicios personalizados. Se trata de un producto que claramente las cadenas autonómicas aún tienen que desarrollar e implantar. À Punt permite al usuario crear una lista de favoritos, mientras que Televisión de Murcia ofrece la posibilidad de guardar vídeos para visionar más tarde, comentar, etiquetar los contenidos, etc. TVC ofrece un servicio de valor añadido distinto. En lugar de ser el usuario el que interactúa con los contenidos, es el propio sistema que interactúa con el usuario, ofreciéndole contenidos que pueden interesarle en función de los vídeos que visiona. Televisión Canaria, por su parte, permite registrarse en el sitio web pero el registro no tiene ninguna relación con el servicio ‘Multimedia’. Es por ello que no obtiene ninguna puntuación en este indicador.

B. Contenido

B1. Géneros

Todas las televisiones alcanzan la máxima puntuación ofreciendo todos o la mayoría de géneros emitidos por la cadena. Este indicador está directamente relacionado con el tipo de producción. Muchos géneros como el cine o la ficción son de producción ajena y por lo tanto están sujetos a unos derechos que limitan o impiden su difusión en línea.

B2. Origen

Como se ha comentado anteriormente, la limitación de derechos que conlleva el tipo de producción obliga a la mayoría de televisiones a incluir únicamente contenidos de producción propia y asociada. Cinco de las cadenas analizadas, TVC, À Punt, Canal Sur, TVG y ETB, cuentan también con producción ajena en sus servicios ‘a la carta’. En muchos casos estos

contenidos se ponen a disposición del usuario por un tiempo limitado, habitualmente unos quince días, y posteriormente se retiran del archivo en línea.

B3. Cobertura temporal

Canal Sur, Telemadrid y CMM son las televisiones que alcanzan una puntuación más baja en este indicador, ofreciendo una cobertura temporal inferior a 5 años. De las tres, destaca negativamente Canal Sur, ya que su servicio ‘a la carta’ sólo incluye emisiones del último año. Las demás televisiones disponen de una cobertura temporal más amplia, superior a los 5 años. Algunas, como TVC o ETB, están incluyendo también contenidos retrospectivos de la cadena. À Punt destaca entre todas las demás por ser la única que ofrece en línea contenidos audiovisuales desde su primera emisión, el 10 de junio de 2018. Este hecho es excepcional, puesto que la cadena nació hace un año. Aunque se trata de la sucesora de Canal 9, es una televisión de nueva creación.

B4. Actualización

La actualización del servicio ‘a la carta’ es uno de los indicadores donde las televisiones analizadas obtienen mejor nota. Once de ellas alcanzan la puntuación máxima incorporando los contenidos audiovisuales el mismo día de su emisión. Televisión de Murcia tiene una actualización irregular, incorpora los contenidos el mismo día o el día posterior a su emisión. Por este motivo no alcanza la máxima puntuación.

B5. Televisión en directo

Los cambios de hábito de consumo de los telespectadores hace que todas las televisiones ofrezcan televisión en directo.

B6. Publicidad

De igual modo que en la televisión convencional, muchas cadenas incluyen anuncios publicitarios o promociones propias en los contenidos que se visualizan a través del servicio ‘a la carta’. En este aspecto, hay variedad de opciones. À Punt, Telemadrid, TPA, Televisión Canaria, Televisión de Murcia, CMM e IB3 permiten visionar los contenidos sin publicidad. Canal Sur, TVG y Aragón TV incluyen anuncios antes o durante el visionado del contenido pero se puede saltar transcurrido unos segundos. TVC y ETB, en cambio, incluyen publicidad que el usuario debe visionar obligatoriamente.

C. Sistema de consulta

C1. Tipos de consulta

En general, las televisiones alcanzan una puntuación muy baja en este indicador. Diez de ellas únicamente disponen de búsqueda simple y, en algunos casos, se trata de una búsqueda de *Google* genérica para todo el sitio web. Un hecho negativo para el usuario, que tiene más dificultad para distinguir los contenidos audiovisuales de las noticias u otras páginas del sitio web de la cadena. En este aspecto, es interesante destacar cuatro casos con casuísticas muy distintas:

- Televisión de Murcia cuenta con dos repositorios diferenciados y ofrece un sistema de búsqueda diferente para cada uno de ellos. ‘A la carta’ cuenta con búsqueda simple y ‘archivo’ con avanzada, pudiendo buscar por título y/o programa.
- TVG no ofrece búsqueda por palabra clave para todo el servicio ‘a la carta’, pero sí en la página propia de cada programa, donde permite buscar por título.

- Aragón TV cuenta con búsqueda simple y avanzada, pero ésta última no funciona. Por este motivo se ha contabilizado únicamente la búsqueda simple.
- Castilla-La Mancha Media obtiene un cero en este indicador. La cadena dispone de búsqueda simple para las noticias y las páginas de los programas pero no para el servicio 'a la carta'.

C2. Lenguaje de interrogación

El lenguaje de interrogación es otro de los puntos débiles de los sistemas de consulta de los servicios 'a la carta'. Ocho de las televisiones no admiten ningún lenguaje de interrogación o aplican automáticamente la búsqueda por frase exacta. TVC, Canal Sur, TPA y Telemadrid permiten al usuario realizar búsquedas utilizando operadores booleanos o comillas. La televisión madrileña es la más completa ya que admite un número mayor de operadores.

C3. Recuperación por navegación

Las televisiones han optado por dar prioridad a la recuperación por navegación como principal sistema de consulta de los contenidos audiovisuales. La mitad de las cadenas ofrecen más de tres índices (TVC, Canal Sur, TVG, ETB, Aragón TV, IB3), cuatro de ellas tienen entre dos y tres índices (À Punt, Telemadrid, TPA, CMM) y dos ofrecen solo un índice (Televisión Canaria y Televisión de Murcia). El ranking de 'lo último' y los índices de programas y categorías/géneros son los más utilizados. En menor medida, las televisiones analizadas cuentan con rankings de 'lo más visto', 'destacados' y el índice de colecciones. Es interesante destacar el caso de TVC y ETB que muestran los contenidos de los últimos días en formato parrilla de programación.

C4. Opciones de limitación o filtro

La simplicidad de los sistemas de recuperación se observa también en este indicador. De las doce televisiones, solo TVC, TVG, Televisión Canaria, Televisión de Murcia y IB3 permiten restringir mínimamente la búsqueda. Las cinco permiten limitar los resultados por fecha de emisión. Además, Televisión Canaria permite restringir la búsqueda por categoría y TVG limitar los resultados a programas completos. Aragón Televisión ofrece limitación por fecha y programa pero no funcionan. Por este motivo se le ha asignado un cero en este indicador.

C5. Ayuda

Ninguna de las televisiones analizadas dispone de ayuda para que el usuario pueda conocer los tipos de consulta del sistema y los lenguajes de interrogación que admite.

D. Página de resultados

D1. Gestión de los resultados

En general, las televisiones alcanzan una puntuación muy baja en este indicador. Solo dos de ellas permiten gestionar los resultados: Canal Sur y Telemadrid. En ambos casos, el usuario puede ordenar los resultados por fecha o relevancia/coincidencia.

D2. Campos visualizados de cada registro

Las cadenas no obtienen una mala puntuación en este indicador, pero muchas pueden mejorar ampliando la información mostrada de cada resultado. Cuatro de ellas (TVC, À Punt, Televisión de Murcia y IB3) muestran una información bastante completa de cada resultado, es decir, el título, el programa, la fecha de emisión, una breve sinopsis y un *frame*. TVG, Telemadrid, Aragón Televisión y CMM muestran la mayoría de campos básicos, pero no ofrecen la sinopsis o aparece el nombre del programa pero no el título (y al revés). ETB,

TPA, Televisión Canaria y Canal Sur también obtienen menor puntuación (entre uno y dos puntos). Las cuatro tienen en común que no muestran la fecha de todos los videos en la página de resultados. Se trata de un aspecto negativo, ya que la fecha es uno de los datos importantes para identificar los contenidos.

D3. Agrupación por categoría

Ninguna televisión ofrece los resultados agrupados por categoría (informativos, deportes, entretenimiento, infantil...). Se trata de un punto débil que se acentúa en las cadenas que cuentan con una búsqueda genérica para todo el sitio web. Los resultados se muestran listados sin ningún tipo de agrupación y es más difícil para el usuario encontrar aquello que busca.

D4. Identificación de los términos de búsqueda

En general, en la página de resultados no se resaltan los términos buscados. Se trata de una carencia de la mayoría de las televisiones analizadas, exceptuando Canal Sur y TPA. Este punto débil afecta directamente al usuario, que tiene más dificultades para valorar si los resultados responden a su búsqueda.

E. Características del audiovisual

E1. Información básica

La mayoría de las televisiones alcanzan la máxima puntuación en este indicador. De las doce analizadas, nueve de ellas muestran los datos básicos que identifican cada audiovisual: título y/o número de capítulo, programa, fecha de emisión y duración. Televisión Canaria y Televisión de Murcia ofrecen la fecha, el programa y la duración, pero no el título del vídeo (o no en todos los casos). Televisión de Murcia, además, cuenta con diferencias en sus dos repositorios en línea: ‘a la carta’ y ‘archivo’. El primero ofrece la información anteriormente mencionada. En cambio, en el ‘archivo’ solo se ofrecen los datos básicos del audiovisual en la página de resultados. Cuando el usuario accede al vídeo en cuestión, la información del contenido es inexistente.

E2. Descripción del contenido

Aunque ninguna cadena obtiene la máxima puntuación en este indicador, existe unanimidad entre ellas. Todas incluyen una sinopsis, excepto la Televisión Canaria, que no incluye descripción del contenido. Es interesante destacar los casos de TPA, Telemadrid y TVG, que complementan la sinopsis con otros elementos. TPA, en algunos casos, muestra la transcripción del audio; Telemadrid cuenta con etiquetas; y TVG ofrece una tabla de contenidos con el *time code* de cada tema para magazines, informativos y programas donde es difícil hacer una sinopsis.

E3. Opciones de visionado

Todas las televisiones ofrecen la pantalla completa como opción de visionado. Además, TVC, Televisión Canaria y TPA incorporan la opción de subtítulo. En el caso de la cadena canaria, el contenido se visualiza a través de la plataforma Youtube y el subtítulo se genera automáticamente. La incorporación de subtítulos es un aspecto importante que las televisiones, especialmente las públicas, deben desarrollar para la accesibilidad de los contenidos audiovisuales.

E4. Calidad del visionado

Las tres televisiones con más opciones de visionado son las únicas que ofrecen los vídeos en distintas calidades. Aunque solo TVC y TPA cuentan con alta calidad entre sus opciones.

Para evaluar este indicador es importante tener en cuenta que muchas autonómicas emiten en HD desde hace relativamente pocos años y aún no han desarrollado este punto en el servicio 'a la carta'.

E5. Opciones de gestión del vídeo

En cuanto a este aspecto, todas las televisiones permiten compartir el vídeo en las redes sociales. Un hecho que demuestra la importancia de las redes en la sociedad actual. Canal Sur, Telemadrid y CMM son las únicas que solo ofrecen esta opción. Las demás televisiones también permiten enviar el contenido por correo electrónico, insertarlo en una página web, marcarlo como favorito o votarlo. Televisión de Murcia e IB3, además de algunas de las opciones ya mencionadas, permiten descargar el vídeo en formato mp4. IB3 también permite al usuario compartir únicamente un fragmento del vídeo (marcando un *in* y un *out*). Televisión Canaria contempla la descarga de los vídeos pero la opción está inactiva.

E6. Vídeos y páginas relacionadas

En general, todas relacionan los vídeos con el programa y permiten recuperar otros contenidos del mismo. Telemadrid es la única que va más allá y también ofrece contenidos relacionados temáticamente, una opción muy interesante para el usuario.

Resultados globales

El resumen de los resultados globales se muestra en tabla 1.

Tabla 1. Resultados

	TVC	Canal Sur	À Punt	TVG	ETB	Telemadrid	Aragón TV	TPA	TV Canaria	7TV Murcia	CMM	IB3	Total / puntuación máxima
A. Aspectos generales													
A1. Denominación	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
A2. Ubicación	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	35/36
A3. Información del archivo	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2/36
A4. Coste	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
A5. Servicios personalizados	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3/12
B. Contenido													
B1. Géneros	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36/36
B2. Origen	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	29/36
B3. Cobertura temporal	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	22/36
B4. Actualización	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	35/36
B5. Televisión en directo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12/12
B6. Publicidad	0	1	2	1	0	2	1	2	2	2	2	2	17/24
C. Sistema de consulta													
C1. Tipos de consulta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	1	12/36
C2. Lenguaje de interrogación	2	2	1	1	0	3	1	2	1	1	0	0	14/36
C3. Recuperación por navegación	3	3	2	3	3	2	3	2	1	1	2	3	28/36
C4. Opciones de limitación/filtro	1	0	0	2	0	0	0	0	2	1	0	1	7/36
C5. Ayuda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0/12
D. Página de resultados													
D1. Gestión de los resultados	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	4/36
D2. Campos de cada registro	3	1	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	26/36
D3. Agrupación por categorías	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0/12
D4. Ident. términos búsqueda	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	3/12
E. Características del audiovisual													
E1. Información básica	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	33/36
E2. Descripción del contenido	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	11/24
E3. Opciones de visionado	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	15/36
E4. Calidad del visionado	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	3/12
E5. Opciones de gestión del vídeo	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	21/36
E6. Vídeos y páginas relacionadas	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	25/36
Total / puntuación total máxima	38/58	33/58	35/58	34/58	30/58	34/58	31/58	35/58	31/58	32/58	27/58	33/58	

7 Discusión

Los resultados recogidos en la tabla anterior, fruto del análisis y la asignación de puntuaciones, permiten establecer un ranking de televisiones. Algunas de ellas han obtenido la misma puntuación total y por este motivo aparecen en la misma posición:

1. Televisió de Catalunya (TVC)
2. À Punt y Televisión del Principado de Asturias (TPA)
3. Televisión de Galicia (TVG) y Telemadrid
4. Canal Sur y IB3
5. Televisión de la Región de Murcia
6. Aragón Televisión y Televisión Canaria
7. Euskal Telebista (ETB)
8. Castilla-La Mancha Media (CMM)

Televisió de Catalunya (TVC) encabeza la lista con buenas puntuaciones en cuanto a contenido, características del audiovisual y recuperación por navegación. Además es una de las únicas en ofrecer servicios personalizados. La cadena podría despuntar más con un sistema de búsqueda y gestión de los resultados más completos.

En segunda posición se encuentran À Punt y la Televisión del Principado de Asturias (TPA). La televisión valenciana, al ser de nueva creación, tiene como principal punto fuerte el contenido ofrecido, mientras que la televisión asturiana obtiene buenas puntuaciones en las características del audiovisual, ofreciendo distintas opciones de visionado, calidad de vídeo y descripción del contenido bastante completo.

Televisión de Galicia y Telemadrid ocupan el tercer lugar. La televisión gallega alcanza puntuaciones altas en cuanto al contenido, la recuperación por navegación y las opciones de limitación/filtro. Telemadrid, en cambio, tiene poca cobertura temporal y no ofrece contenidos de producción ajena, pero tiene como puntos fuertes el lenguaje de interrogación, la gestión de los resultados y los vídeos/páginas relacionadas.

En la parte central de la clasificación, en cuarto y quinto lugar, se encuentran Canal Sur, IB3 y Televisión de la Región de Murcia. La televisión andaluza ofrece contenidos de distinta producción, buena recuperación por navegación, lenguaje de interrogación y gestión de los resultados, pero su cobertura temporal y las opciones de gestión del vídeo son muy pobres. IB3 y Televisión de Murcia, por su parte, obtienen resultados medios en buena parte de los indicadores pero tienen en común que permiten descargar los vídeos, un aspecto que solo hemos podido observar en estas televisiones. Otro aspecto característico de la cadena murciana es que cuenta con dos repositorios distintos para contenidos actuales y archivo.

Aragón Televisión y Televisión Canaria ocupan el sexto lugar. La televisión aragonesa podría alcanzar mayor puntuación, ya que dispone de sistema de búsqueda avanzada y opciones de limitación pero no funcionan. Así que los usuarios deben conformarse con usar la búsqueda simple. La Televisión Canaria es la única que

denomina ‘Multimedia’ al servicio ‘a la carta’ y además no lo ubica en un menú principal. También tiene peculiaridades en cuanto a las características del audiovisual: es la única que cuenta con un reproductor de la plataforma Youtube para visionar los vídeos y no ofrece descripción de los contenidos.

En las dos últimas posiciones se encuentran Euskal Telebista (ETB) y Castilla-La Mancha Media (CMM). Los puntos débiles de las dos televisiones son el sistema de consulta y la gestión de los resultados. ETB cuenta con puntuaciones altas en cuanto al contenido, pero el sistema de consulta no admite lenguaje de interrogación ni permite gestionar los resultados. CMM, por su parte, tiene una cobertura temporal baja y no tiene un sistema de búsqueda para el servicio ‘a la carta’.

De estas doce televisiones de la FORTA analizadas, seis de los servicios ‘a la carta’ ya se habían estudiado en un trabajo anterior de los autores (Anton, Guallar, 2014) con datos recopilados en 2012. La evaluación de todas ellas, siete años después, permite observar la evolución de los servicios ‘a la carta’: cambios positivos y negativos, novedades implantadas, carencias que persisten... Concretamente se trata de TVC, Canal Sur, TVG, ETB, Telemadrid y Canal 9. Éste último caso es especial, puesto que Canal 9 cerró en 2013 y en 2018 reabrió como À Punt, una cadena nueva. Para tener una visión global, es interesante comparar el ranking de televisiones resultante de la asignación de puntuaciones en 2012 y 2019:

Resultados 2012	Resultados 2019
1. Televisió de Catalunya (TVC)	1. Televisió de Catalunya (TVC)
2. Canal Sur	2. À Punt
3. Euskal Telebista (ETB)	3. Telemadrid Televisión de Galicia (TVG)
4. Televisión de Galicia (TVG)	4. Canal Sur
5. Telemadrid Canal 9	5. Euskal Telebista (ETB)

Televisió de Catalunya sigue en cabeza, pero las otras televisiones han acortado distancias y variado posiciones. La televisión catalana ya obtenía buena puntuación en muchos de los indicadores y en estos años ha experimentado muy pocos cambios. El aspecto más remarcable es la pérdida de información proporcionada al usuario. Si en 2012 destacaba por ofrecer ayuda sobre el sistema de búsqueda y preguntas más frecuentes sobre el servicio ‘a la carta’, actualmente solo se ofrece una mínima explicación sobre el archivo.

À Punt se sitúa en segunda posición, al contrario que Canal 9, que ocupaba el último lugar. La nueva televisión valenciana ha incorporado elementos que Canal 9 no ofrecía, como las opciones de gestión del vídeo o páginas y vídeos relacionados. Pero aún tiene aspectos que mejorar, ya que respecto a la cadena anterior ofrece un sistema de consulta y gestión de los resultados más pobre.

Telemadrid es la cadena que ha experimentado mayor ascenso. De ocupar la última posición ha pasado al tercer lugar. La televisión madrileña ha sufrido un cambio positivo en cuanto al sistema de consulta. En 2012 únicamente permitía la recuperación de los contenidos mediante índices o rankings, mientras que actualmente ha incorporado una búsqueda simple que admite distintos lenguajes de interrogación y con opciones de gestión de los resultados. Además, es la única que ofrece vídeos relacionados temáticamente con el contenido que el usuario está visionando.

Televisión de Galicia ha escalado una posición. La cadena ha experimentado cambios en el sistema de búsqueda. En 2012 el servicio ‘a la carta’ disponía de búsqueda simple, mientras que ahora la búsqueda no es genérica para todo el repositorio, sino que se limita a un programa en concreto. Aún así, la televisión gallega ha mejorado la ubicación del acceso al archivo, ofrece más tipos de producción y dispone de más opciones de navegación y limitación/filtro.

Canal Sur baja dos posiciones en el nuevo ranking. La televisión andaluza era la más potente en cuanto a sistema de consulta, ya que ofrecía búsqueda simple y completa. Actualmente solo dispone de una búsqueda simple de *Google* genérica para todo el sitio web y también ha perdido opciones de limitación/filtro. Aún así, ha mejorado la ubicación del acceso al archivo, admite más lenguajes de interrogación y es la única de las seis que ha incorporado la identificación de los términos de búsqueda.

En último lugar se sitúa Euskal Telebista. La televisión vasca apenas ha experimentado cambios en su servicio ‘a la carta’, se mantiene casi igual que en 2012, pero las otras cadenas han incorporado mejoras y por ello ETB ha descendido dos posiciones.

Los resultados de esta comparativa se pueden observar la tabla 2.

Tabla 2. Resultados de la comparativa del análisis de las televisiones en 2012 y 2019

	TVC 2012	TVC 2019	Canal Sur 2012	Canal Sur 2019	Canal 9 2012	À Punt 2019	TVG 2012	TVG 2019	ETB 2012	ETB 2019	Telemadrid 2012	Telemadrid 2019	Total / puntuación máx. 2012	Total / puntuación máx. 2019
A. Aspectos generales														
A1. Denominación	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
A2. Ubicación	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	14/18	15/18
A3. Información del archivo	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3/18	1/18
A4. Coste	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
A5. Servicios personalizados	---	1	---	0	---	1	---	0	---	0	---	0	---	2/6
B. Contenido														
B1. Géneros	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18/18	18/18
B2. Origen	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	16/18	17/18
B3. Cobertura temporal	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	1	1	9/18	11/18
B4. Actualización	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	18/18	18/18
B5. Televisión en directo	---	1	---	1	---	1	---	1	---	1	---	1	---	6/6
B6. Publicidad	---	0	---	1	---	2	---	1	---	0	---	2	---	6/12
C. Sistema de consulta														
C1. Tipos de consulta	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	6/18	6/18
C2. Lenguaje de interrogación	3	3	2	1	1	1	1	1	1	0	3	2	7/18	9/18
C3. Recuperación por navegación	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	16/18	16/18
C4. Opciones de limitación/filtro	0	1	2	0	1	0	1	2	0	0	0	0	4/18	3/18
C5. Ayuda	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1/6	0/6
D. Páginas de resultados														
D1. Gestión de los resultados	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	2	4/18	4/18
D2. Campos de cada registro	3	3	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	14/18	13/18
D3. Agrupación por categorías	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0/6	0/6
D4. Ident. términos relacionados	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0/6	1/6
E. Características audiovisuales														
E1. Información básica	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	16/18	18/18
E2. Descripción del contenido	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	12/18	6/12
E3. Opciones de visionado	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	9/18	7/18
E4. Calidad del visionado	---	1	---	0	---	0	---	0	---	0	---	0	---	1/6
E5. Opciones de gestión del vídeo	3	2	2	1	0	2	2	2	2	2	2	1	11/18	10/18
E6. Vídeos y páginas relacionadas	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	3	10/18	13/18
Total / puntuación total máxima	41/54	38/58	34/54	33/58	27/54	35/58	29/54	34/58	30/54	30/58	27/54	34/58		

8 Conclusiones

Los resultados del presente estudio muestran que los servicios ‘a la carta’ de las televisiones autonómicas aún tienen un nivel de desarrollo medio.

De los 58 puntos que las televisiones pueden alcanzar en el total de indicadores, las cadenas analizadas consiguen entre 27 y 38 puntos. Ninguna de ellas, por lo tanto, se acerca al máximo. Televisió de Catalunya (TVC), À Punt, la Televisión del Principado de Asturias (TPA), Televisión de Galicia (TVG) y Telemadrid ocupan las tres primeras posiciones del ranking. En la parte central encontramos Canal Sur, IB3, Televisión de la Región de Murcia, Aragón Televisión y Televisión Canaria. Cerrando la lista, en las dos últimas posiciones, Euskal Telebista (ETB) y Castilla-La Mancha Media (CMM).

Es indudable la importancia que las televisiones dan a su repositorio, ubicando su acceso en un lugar prioritario del sitio web de la cadena y, en muchos casos, dedicándole una sección propia en la página principal. Pero, en general, las televisiones se centran en el contenido y dejan de lado como consultarlo. Se da por hecho que el usuario tendrá interés por los últimos contenidos, a los que podrá acceder fácilmente mediante los variados índices o rankings que ofrecen. Es por ello que los sistemas de búsqueda y las páginas de resultados son tan básicos. Para complementar la recuperación por navegación, las televisiones se limitan a ofrecer una búsqueda simple, sin opciones de limitación, ni gestión de los resultados, y tampoco identificación de los términos buscados, un elemento indispensable de cualquier motor de búsqueda. Estas carencias se han convertido en un problema enquistado de los servicios ‘a la carta’. Hace siete años las televisiones analizadas presentaban estos mismos puntos débiles y solo en un caso se ha observado una mejora.

Como ya se ha comentado, los indicadores relativos al contenido son los que obtienen puntuaciones más altas (actualización, televisión en directo, géneros cubiertos). Aún así, sería interesante poner a disposición de los usuarios contenidos de producción ajena, aunque sea por un tiempo limitado a causa de los derechos, y ampliar la cobertura temporal. El hecho de incorporar contenidos retrospectivos permitiría dar mayor difusión y revalorizar el fondo documental. En este sentido, cabe tener en cuenta que cuanto más contenido se incorpore al repositorio en línea, más aumenta la necesidad de contar con un buen motor de búsqueda. En cuanto a los nuevos indicadores incorporados al estudio, dos de ellos demuestran que los servicios ‘a la carta’ aún tienen mucho camino por recorrer. Se trata de ‘servicios personalizados’ y ‘calidad del visionado’. Dos aspectos muy potentes que solo tres televisiones tienen mínimamente desarrollados.

Por lo tanto, tras el análisis, podemos afirmar que los servicios ‘a la carta’ de las televisiones autonómicas tienen un nivel de desarrollo medio con puntos fuertes y débiles generalizados.

Por último, cabe señalar algunas líneas de posibles investigaciones futuras en relación con este trabajo. Por una parte, sería conveniente aplicar esta metodología a

muestras de análisis diferentes, como por ejemplo otras televisiones de España como pueden ser la televisión pública estatal y las televisiones privadas, o a televisiones de otros países, y en estos casos, realizar estudios comparativos entre las mismas. Asimismo, sería también interesante realizar estudios cualitativos para conocer la opinión de los responsables de estos servicios acerca del funcionamiento de los mismos, así como estudiar cual es la participación de los departamentos de Archivo y Documentación de las empresas televisivas en estos servicios.

Referencias

- Anton, L. y Guallar, J. (2014). Análisis de los archivos audiovisuales en internet de las televisiones autonómicas españolas. *Revista Española de Documentación Científica*, 37(1), e033. Recuperado de <https://doi.org/10.3989/redc.2014.1.1044>
- Caldera Serrano, J. y Arranz-Escacha, P. (2012). *Documentación audiovisual en televisión*. Barcelona: Editorial UOC.
- Cascón-Katchadourian, J., Ruiz-Rodríguez, A. A. y Alberich-Pascual, J. (2018). Revisión, análisis y evaluación de sistemas para la gestión de activos multimedia en organizaciones. *Revista Española de Documentación Científica*, 41 (1). Recuperado de <https://doi.org/10.3989/redc.2018.1.1481>
- De Mon Martín, A. y Guallar, J. (2014). Análisis de las videotecas de las principales televisiones en España. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 25. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/47472>
- Díaz-Campo, J. (2014). Las cadenas de televisión españolas en Internet: un estudio sobre la calidad de sus sitios web. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20, (1), 273-287. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/45219>
- Giménez-Rayó, M. (2012). La documentación audiovisual en televisión en el mundo 2.0: retos y oportunidades. *Trípodos*, 31, 79-97. Recuperado de http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/39
- Giménez-Rayó, M. y Guallar, J. (2014). Centros de documentación en televisión y productos documentales. *El Profesional de la Información*, 23(1), 13-25. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.ene.02>
- Hidalgo Goyanes, P. (2013). Patrimonio audiovisual en televisión. En: Marcos Recio, Juan Carlos (Ed.). *Gestión del patrimonio audiovisual en medios de comunicación* (pp. 53-80). Madrid: Editorial Síntesis.
- Inarejos, L. y Guallar, J. (2015). Centros de documentación de televisiones en Catalunya: Estudio de BTV, RTVE, TVC y 8tv. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, 26, 48-65. Recuperado de http://dx.doi.org/10.5209/rev_CDMU.2015.v26.50629
- Linares, J., Codina, L., Abadal, E. y Guallar, J. (2016). Periodismo en bases de datos y buscabilidad de la información: Protocolo de análisis. *Hipertext.net*, 14. Recuperado de <http://eprints.rclis.org/30468/>

- López-de-Quintana-Sáenz, E. (2014). Rasgos y trayectorias de la documentación audiovisual: logros, retos y quimeras. *El Profesional de la Información*, 23(1), 5-12. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.ene.01>
- Pedraza-Jiménez, R., Codina, Ll. y Guallar, J. (Ed.). (2016). *Calidad en sitios web: método de análisis general, e-commerce, imágenes, hemerotecas y turismo*. Barcelona: Editorial UOC.
- Perpinyà Morera, R. y Cid-Leal, P. (2018). Los portales de archivos españoles: transparencia, interoperabilidad y orientación a los usuarios. *Revista Española de Documentación Científica*, 41 (3). e212. Recuperado de <https://doi.org/10.3989/redc.2018.3.1507>